



Федерація професійних спілок України / Federation of Professional Unions of Ukraine
Академія праці, соціальних відносин та туризму / Academy of Labor, Social Relations and Tourism
Кафедра маркетингу / Department of Marketing

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
Міжнародної науково-практичної конференції
**«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ
ОПТИМАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ ТА
УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТИ»**
(4-5 березня 2024 року, м. Київ, Україна)

COLLECTION OF MATERIALS
of International scientific and practical conference
**"THE SCIENTIFIC DIMENSION OF UNDERSTANDING AND
RESEARCH OPTIMAL MODELS OF THE DEVELOPMENT OF
UKRAINE: MARKETING, ECONOMIC, FINANCIAL AND
MANAGEMENT ASPECTS"**
(March 4-5, 2024, Kyiv, Ukraine)

Kyiv – 2024

УДК 08:[336.338+658.659] (477)

DOI: 10.5281/zenodo.11222359

НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ ОПТИМАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТИ : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 04-05 березня 2024 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму / За заг. ред.: Н.В. Писаренко, І.С. Чорнодіда, – Київ : Вид-во АПСВТ, 2024. 325 с.

ISBN 978-617-8171-53 - 7

Викладено матеріали доповідей учасників конференції, в яких розглянуто проблематику маркетингових, економічних, фінансових та управлінських пошукових моделей майбутнього розвитку України.

Для науковців, фахівців, викладачів закладів вищої освіти, здобувачів вищої освіти всіх рівнів аспірантів.

*Рекомендовано Вченою радою Академії праці, соціальних відносин та туризму
(протокол № 8 від 02.04.2024 р.)*

Редакційна колегія

Чорнодід І.С. - доктор економічних наук, професор, проректор з навчально-педагогічної роботи АПСВТ

Писаренко Н.В. - кандидат економічних наук, завідувач кафедри маркетингу АПСВТ (*відповідальний редактор*)

Кашина Г.С. - доктор педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри інтелектуальних систем та цифрових технологій АПСВТ

Василець Н.М. - кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки підприємства та менеджменту АПСВТ

Корчинська О.А. - доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ

Ярмоленко Ю.О. - доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ

Ткаченко Я.С. - кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів АПСВТ

Шолудченко С.В. - кандидат економічних наук, доцент, декан факультету економіки, соціальних технологій та туризму АПСВТ

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори

Матеріали друкуються мовами оригіналу: українська, англійська

УДК 08:[336.338+658.659] (477)

ISBN 978-617-8171-53 - 7

© Автори матеріалів, 2024

© Академія праці, соціальних відносин і туризму (кафедра маркетингу), 2024

фінансування, які може мобілізувати підприємство, що знаходиться в кризовому стані, за рахунок оптимізації методів управління КЗ. Зосереджуючи увагу на досягненні таких основних фінансових цілей автосанації [2, с. 87], як зростання ліквідності й платоспроможності, розглянемо дострокове погашення КЗ зі знижкою і припинення зобов'язання переданням відступного як важливі й дієві методи управління кредиторською заборгованістю підприємства-боржника при реалізації автосанації.

Дострокове погашення КЗ зі знижкою, яке регламентується статтею 600 Цивільного Кодексу України [2] можливе, якщо кредитори в обмін на прискорення платежів згодні пожертвувати частиною боргу. Використання даного методу, очевидно, може бути вигідним для підприємства, яке реалізує процедуру автосанації, проте цілком залежить від можливостей та бажання кредитора. Кредитори, яким пропонуються знижки, а також розмір знижок визначаються, як правило, індивідуально в кожному конкретному випадку.

Припинення зобов'язання переданням відступного [2] передбачає передання боржником кредиторів грошей або іншого майна та, відповідно, погашення боргу шляхом заміни первісного зобов'язання. Розмір, строки і порядок передання відступного встановлюються боржником і кредитором та оформлюються відповідним договором. Оскільки для підприємства, яке проводить автосанацію, мова про передачу грошей не іде, то застосування даної форми погашення КЗ можливе лише в тому випадку, коли боржник володіє незадіяним у виробничому процесі майном, в якому може бути зацікавлений кредитор.

Слід зауважити, що договори про дострокове погашення КЗ зі знижкою або про припинення зобов'язання переданням відступного можуть укладатися на будь-якій стадії існування зобов'язання, але для підприємства, що проводить автосанацію, важливим є той факт, що такі договори можуть укладатися і після закінчення зазначеного в зобов'язанні терміну (тобто, для простроченої заборгованості).

Література:

1. Закон України “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” від 30. 06. 1999 р. № 784-XIVю. Відомості Верховної Ради. 1999. 42-43. Ст. 378.
2. Яцюк О. С. Потенціал фінансування автосанації підприємства як основний структурний елемент його автосанаційної спроможності. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу (серія “Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості”)*. Вип. 2 (28). Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. 2023. С. 85-95. DOI: 10.31471/2409-0948-2023-2(28)-85-95
3. Цивільний кодекс України: Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/435-15>.

Лаврентьєва В. О.

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня

Мацука В. В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та фінансів,
Маріупольський державний університет,
Київ, Україна

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ У ТОРГІВЛІ

Інновації у торгівлі визначають успіх підприємства. Впровадження інновацій значно підвищує конкурентоспроможність, призводить до зросту бізнесу.

Інновація – це нововведення, нова або вдосконалена продукція або технологія, отримана в результаті інноваційного процесу, найважливішою її складовою на торговельних

підприємствах є вдосконалення технології торгівлі, яка являє собою сукупність робіт, що забезпечують реалізацію торгового процесу найбільш раціональними способами відповідно до конкретних господарських умов [6].

Відзначимо інновації у торгівлі, які отримують широку популярність:

Доповнена реальність (AR): бренд ІКЕА використовує додаток, що дозволяє клієнтам перед покупкою оцінити вигляд меблів в просторі.

SmartCart (Розумний візок): надає покупцям можливість навігації, перегляду рецептів та список необхідних інгредієнтів для обраної страви.

Роботи в роздрібній торгівлі: використовуються для сортування товарів на складах і взаємодії покупцями в магазинах. Здійснюють моніторинг товарів на полицях, доставку продуктів клієнтам, збір та аналіз даних.

Технологія NFC (бездротовий зв'язок на коротких відстанях): використовується для безконтактних платежів та інших застосувань, таких як проїзд у громадському транспорті та "розумні" візитки.

Електронні цінники: застосовуються в магазинах самообслуговування для зручного змінювання інформації про товари та їх вартість.[7] Отже, такі технології спрямовані на полегшення покупок, підвищення зручності та оптимізацію бізнес-процесів у сфері роздрібно торгівлі.

Інший приклад інноваційного рішення - відмова від використання ваг в торговому залі. Прикасове зважування товару дозволяє скоротити чисельність персоналу в торговому залі, при цьому робота касирів сповільнюється незначно [2].

Однією із зростаючих тенденцій у сфері роздрібно торгівлі також є використання фотографії для пошуку товарів. Замість традиційного введення запитів текстом, покупці можуть просто зробити фото бажаного товару та завантажити його у спеціальний додаток для ідентифікації.

Інновації в сфері торгівлі сприяють виникненню нових торговельних послуг, спрямованих на досягнення кращих результатів для підприємств. У сфері роздрібно торгівлі все частіше використовуються нові роботизовані технології для підвищення ефективності та автоматизації робочих процесів. Дослідження Retail Innovation Hub показало, що 73% роздрібних торговців розглядають роботів як ефективний інструмент для покращення свого бізнесу[1].

Розроблення інноваційного продукту завжди пов'язане з підвищеними ризиками, насамперед із комерційними. За оцінками, усього 20% новинок досягають ринкового успіху. Як правило, найбільш успішними є товари або послуги, що виникли в результаті незадоволеної потреби ринку.[9].

У дослідженні С.І. Данило зазначає, що завдяки впровадженню інновацій прискорюється розвиток суб'єктів господарювання, цілих галузей, і видів економічної діяльності. Так як продукти та послуги які мають інноваційність вважаються більш конкурентоспроможними, мають гарний попит.

Отже інноваційні методи сприяють вдосконаленню процесів, залученню клієнтів, та підвищенню конкурентоспроможності на ринку, скороченню витрат підприємства. У перспективі нас очікує ряд інновацій у торгівлі які значно полегшать покупки, послуги та будуть відповідати по усім стандартам.

Література:

1. 5 прикладів технологій в роздрібній торгівлі, які змінюють якість обслуговування клієнтів. <https://brainberry.ua/uk/newsroom/blog/5-retail-technology-examples-that-redesign-customer-experience>
2. Bezus A., Shevchun M., Bezus P. PROSPECTS FOR INNOVATIVE RETAIL DEVELOPMENT IN UKRAINE. *Ekonomika ta derzhava*. 2019. No. 5. P. 24. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.5.24>
3. Khrystenko O. FEATURES OF THE INTRODUCTION OF CREATIVE

MANAGEMENT IN MODERN ENTERPRISES. *State and Regions. Series: Economics and Business*. 2022. No. 2(125). URL: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-17>

4. Грабовська І. В. INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE ON THE PRINCIPLES OF MANAGING THE CREATIVITY OF PERSONNEL. *Вісник Хмельницького національного університету* 2017, № 2, Том 2. Р. 193–194 URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2017/2017_2_2/jrn/pdf/40.pdf

5. Маркетингові інновації у сфері електронної комерції у 2024 році. Inseed. URL: <https://inseed.marketing/uk/blog/marketingovi-innovaciyi-u-sferi-elektronnoyi-komerciyi-u-2024-roci/>

6. Пащенко О.П. Креативний менеджмент як фактор успішності сучасного бізнесу. *Глобальні та національні проблеми економіки* : Вип. 17. 2017, м. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/86.pdf>

7. Шевченко К., Сагер Л. THE INFLUENCE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES ON TRADE DEVELOPMENT. *ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО*. Випуск # 32 / 2021. Р. 6–8. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/860/825>

8. Данило С. І. Ефективність інновацій в роздрібній торгівлі. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2019. Вип. 3 (137). С. 50–53.

9. Poliakova J., Novosad Z., Nad G. INNOVATIONS IN TRADING ACTIVITY: CHALLENGES FOR CONSUMER COOPERATION. *Pryazovskyi Economic Herald*. 2020. No. 1(18). URL: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-1-8>